

《广告视觉设计基础/现代广告学教场

图书基本信息

书名：《广告视觉设计基础/现代广告学教程系列》

13位ISBN编号：9787806275894

10位ISBN编号：7806275894

出版时间：2000-9

出版社：东方出版中心

页数：306

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《广告视觉设计基础/现代广告学教场

内容概要

本书针对广告学专业学生的特点，结合130余幅作品与示意图从视觉心理的角度对平面广告设计的美感因素、表现手法作系统介绍，全书分为造型基础、平面设计基础、色彩设计基础、立体设计基础等几大方面，内容包括广告设计与艺术的关系、东西方绘画方式的基本功训练、点线面的视觉特性及其造型规律、视觉形态的构成规律及其运用、传统与反传统的表现技法、造型创意的途径与形式美、色彩的表现功能与心理效应、立体设计的形式法则与规律方法等。书中还备有练习与思考题，书末并附优秀作品评析、相关艺术名词概念简介。本书可作广告学和相关设计专业的教材，也可供专业工作者参考。

《广告视觉设计基础/现代广告学教场

书籍目录

总序前言第一章 广告视觉设计基础概述 第一节 广告视觉设计基础的任务与内容 第二节 广告设计作品与纯美术作品之比较 第三节 广告设计与艺术的关系 第四节 设计与设计基础的概念 思考与练习(一)第二章 造型基础知识与基本功训练 第一节 广告设计造型基础概述 第二节 西方绘画方式的基本功训练 第三节 东方绘画方式的基本功训练 第四节 有关画种与表现形式特征简介 思考与练习(二)第三章 平面设计基础与视觉规律 第一节 平面视觉元素的基本概念 第二节 点的视觉特性及其造型规律 第三节 线的视觉特性及其造型规律 第四节 面的视觉特性及其造型规律第四章 视觉形态的构成规律及其运用 第一节 重复构成形式及其运用 第二节 渐变构成形式及其运用 第三节 发射构成形式及其运用 第四节 变异构成形式及其运用 第五节 对比构成形式及其运用 第六节 空间构成形式及其运用第五章 平面设计基本表现技法第六章 造型创意的途径及形式美感因素第七章 色彩设计基础第八章 立体设计基础附录一 优秀作品评析附录二 相关艺术名词概念简介参考文献

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com